

## TOPIK UTAMA

### **SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH (STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN INFORMASI SEJARAH)**

**Oleh: Nur Desilawati  
Program Studi Ilmu Komunikasi,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora (FISH)  
Universitas Bunda Mulia,  
JL. Lodan Raya No.2, Ancol, Jakarta Utara, Indonesia  
dillanurdesilawati@gmail.com**

#### *Abstract*

A nation will not stand without a long process. Indonesia itself has been standing at least since the proclamation to present, growing into such a big nation, developing and independent. The struggle of Indonesia has written down as notes or memoirs. In the other hand, technology information and communication has developed. We have been so close to the internet than before. Internet is a media to seeking information and interactive communication. Internet with all its product, such as social media, seem like a potential market to those media companies in spreading their information or news.

Social media, such as Twitter is definately the generation favorite, the internet generation for sure. They actively use Twitter in use to fulfill their curiosity. Information relate to the historical story of nation is there. The history that considered as a boring thing, since it was in the thick book with hundred pages full of text, now has changed into images trough Twitter that easily be in touch of the internet generation.

That is the tactic of Historia magazie to introduce the history to people. They tweet the history quotes through twitter, then it read by hundred of followers. It such an effective strategy because the interactive communication between Historia magazine twitter admin and followers. The story that told isnt always about the war, but also the legendary restaurant, Trio. Twitter history strategy in their implementation may found an obstacle. The experience of Historia magazine in delivering the historical information is interesting to be drawn as a scientific idea.

**Keyword:** Delivering Information, Twitter, History, Historia Magazine, Internet

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

### **Pendahuluan**

Sejarah adalah salah satu subyek ilmu pengetahuan yang telah sejak lama dikenal oleh manusia. Kajian dan luas lingkup sejarah menyangkut beragam hal. Sejarah dapat dikatakan sebagai kisah masa lalu yang dapat diceritakan kembali, dikisahkan lagi untuk berbagai kepentingan dan manfaatnya sehubungan dengan berbagai hal yang akan terjadi pada masa yang akan datang. Manusia dapat belajar mengenai kesalahan, pengalaman menyenangkan hingga kehidupannya dari sejarah hidup yang telah dilaluinya.

Sejarah pun bukan melulu soal masa lalu dan belum tentu tidak aktual. Jika dikatakan bahwa sejarah tidak penting bahkan dilupakan karena persoalan ketidakaktualan, maka pendapat itu keliru. Sebab sejarah kini disajikan dengan format yang lebih segar oleh beberapa media massa skala nasional. Salah satu media massa yang fokus dan *concern* pada persoalan sejarah ini, adalah Majalah Historia. Majalah Historia menyajikan sejarah masa lalu dan dihubungkan dengan peristiwa masa kini. Dasar gagasan pengelolaan Majalah Historia adalah persoalan sederhana, bahwa peristiwa yang sekarang terjadi, konon dan seringkali pernah terjadi dalam masa yang lampau.

Majalah Historia memulai kisahnya di tahun 2009. Berbeda dengan media lain yang

mengalami konvergensi atau subsideri dari cetak ke online, Majalah Historia mengalami perkembangan yang berkebalikan. Bisnis media ala sejarah ini, dirintis oleh beberapa orang media dengan latar belakang berbeda dan *concern* pada sejarah, dan dimulai dengan modal minim untuk diedarkan secara online, dan sejak tahun lalu, 2012, Majalah Historia pun muncul dalam format cetak. Tak hanya itu, majalah historia terus berusaha menemukan inovasi dan mengimplementasikannya dalam bisnis media mereka.

Berawal dari kesadaran penggunaan media online dan social media yang terus berkembang dan semakin digemari, Majalah Historia melihat adanya potensi bisnis mengenalkan sejarah dalam kemasan populer melalui kedua saluran komunikasi cyber itu. Dimulai dengan membuat akun di beberapa social media, menunjuk seorang social media staf sebagai si “empunya” social media, lalu mengolahnya dengan strategi social media yang dianggap tepat dan sesuai dengan target pasar. Facebook, twitter dan linkedin pun menjadi saluran dan lahan baru dalam menyebarkan informasi sejarah yang populer. Semua lahan bisnis online maupun cetak, social media atau online website dikelola dengan *tag line* khas mereka, “*Masa Lampau Selalu Aktual*”.

## SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH (STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN INFORMASI SEJARAH)

Twitter adalah saluran penyebaran informasi sejarah melalui social media yang mereka unggulkan. Majalah Historia secara resmi menggunakan akun @majalahhistoria, dan hingga kini sukses meraup 16513 followers atau pengikut. Informasi sejarah selalu di update melalui tweet yang di kirimkan secara rutin oleh seorang social media staff. Beragam informasi sejarah terus ditweet dengan bahasa yang ringan dan mudah dimengerti. Persoalan rumah makan zaman dahulu, Safari dakwah dan safari ramadhan ala partai politik, sejarah dansa dansi hingga asal muasal TTS yang hingga kini tetap bertahan dengan eksistensinya.

Melihat perkembangan media social media bertema khusus sejarah, Majalah Historia dapat kita sebut sebagai pelopor. Bukan pula sekadar pelopor media sejarah, mereka pun inovatif, mencoba memberikan gambaran baru tentang sejarah yang bukan lagi buku tebal membosankan, keaktualan menjadi prinsip mereka dan menggunakan media moderen social media untuk bisnis media sejarah di era internet ini. Seluruh pengalaman dalam pengelolaan majalah historia beserta keunikan penyebaran informasi sejarah dan kekinian mereka yang ditunjukkan dengan penggunaan saluran social media Twitter ini yang menarik untuk diteliti.

### **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana Pengalaman Redaksi Majalah Historia Dalam Mengelola *Social Media* Berupa Twitter sebagai saluran untuk menyebarkan informasi sejarah?”

### **Metodologi Penelitian**

Penelitian ini berada dalam payung paradigma subyektif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Subyek penelitian dalam penelitian ini adalah Staff Dept Bisnis dan Visual Majalah Historia yang terdiri dari 2 subyek penelitian yakni redaktur Artistik dan Social Media Staff. Obyek penelitian adalah pengalaman Majalah Historia dalam mengelola *social media* twitter dalam upaya menyebarkan informasi sejarah. Teknik pengumpulan data adalah wawancara mendalam (sumber data primer) dan dokumentasi (sumber data sekunder).

### **Hasil Penelitian**

#### **Dari Yayasan Ke Media Profesional**

Proses pembentukan sebuah media tidak selalu mulus. Majalah Historia misalnya, sejak awal pendiriannya pada tahun 2009 hingga kini telah mengalami beberapa fase perkembangan sebuah media. Naik turunnya pengelolaan industri media pun telah dirasakan oleh para

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

empunya Majalah Historia. Butuh proses panjang dan tidak mudah hingga kini Majalah Historia dapat berkembang dalam versi online, cetak hingga versi social media kicauan burung atau twitter.

Majalah Historia merupakan buah pikiran dari dua orang yang *concern* dan punya perhatian khusus pada tema sejarah. Dua orang alumni Universitas Diponegoro, yakni Bonnie Triyana dan Budi Setiyono. Keduanya masing-masing menduduki posisi penting dalam keredaksian Majalah Historia, yakni pemimpin redaksi dan redaktur pelaksana. Mimpi mereka untuk menyusun, dan mengelola sebuah majalah sejarah pun dirasa jauh saat itu. Meskipun demikian, mereka telah memulai mewujudkan mimpi dengan cara yang sederhana, mendirikan dan mengelola sebuah yayasan yang konsisten dengan tema sejarah dengan sedikit keuntungan yang didapatkan dari penjualan buku sejarah. Mesiass, nama itu yang mereka berdua berikan. Nama itu sederhana dan merupakan kependekan dari Masyarakat Indonesia Sadar Sejarah. Jika dilihat sekarang, kegiatan mereka sebenarnya sudah mengarah pada pendirian sebuah majalah dan melakukan kegiatan redaksional, yakni menyusun buku sejarah dan mengumpulkan buku sejarah. Terkait hal tersebut, Didiet A.M., redaktur artistik divisi

bisnis dan visual Majalah Historia, mengatakan:

Mereka mempunyai satu yayasan. Masyarakat Indonesia Sadar Sejarah (Mesiass). Itu banyak mengumpulkan buku-buku yang bernuansa sejarah. Menulis buku-buku yang bernuansa sejarah. Dan cita-cita kedua orang ini memang ingin mempunyai sebuah majalah

Cita-cita memang sah kalau digantungkan setinggi langit. Namun upaya mencapai cita-cita bukan lagi persoalan mudah. Tahun demi tahun dilalui keduanya dan terus berharap dapat mengelola sebuah majalah khusus sejarah yang populer dan aktual. Bonnie Triyana, kini pemimpin redaksi yang mempunyai ide dan semangat pendirian sebuah majalah sejarah. Bonnie sempat berkunjung ke Brazil karena suatu kegiatan, dan buah tangan yang dibawa sangat unik yakni sebuah majalah sejarah yang diterbitkan di Brazil. Bonnie yang berkarib dengan Budi Setiyono, membawakan dan memperlihatkan majalah itu kepada Budi. Alhasil, semangat untuk menggapai mimpi dalam mendirikan dan mengelola sebuah majalah sejarah pun terus membara, hingga mulai menemukan titik terang dan terwujud di tahun 2009, meski masih terbatas dan kendala terkait persoalan investor, dana dan pembiayaan.

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

Budi, Bonnie dan seorang teman mereka, Didiet Aditya Maheswara yang sama-sama bekerja untuk sebuah media massa pun memperbincangkan tentang ide pendirian sebuah majalah yang bertema sejarah. Mereka berkumpul dan mulai merancang format majalah sejarah dalam bentuk *Dammie*. Didiet Aditya Maheswara menjelaskan:

Tahun 2009 aku mulai bikin format majalah sejarah. Kita kumpul teman-teman hanya untuk sekedar bikin *dammie*<sup>1</sup>. Perjalanan *dammie* itu lumayan cukup lama. Tahun 2009 ketemu dengan Aku, Bonnie karena sama-sama di sebuah media. Di sebuah media massa, koran lah, aku ketemu sama Bonnie disana. Ngobrol-ngobrol diketemukan sama Mas Budi. terus kita mau bikin hampir setahun, kemudian kita mulai *ngasong*. *Ngasong* dalam arti mencari pendana.

Usaha dalam pencarian investor atau yang mereka sebut dengan istilah *Ngasong* pun berhenti di bulan April 2010. Mereka menemukan investor yang dianggap tepat. Dianggap tepat karena satu kriteria utama, yakni tertarik dan juga *concern* dan yakin akan investasi yang berhubungan dengan media penyebaran informasi sejarah. Akhirnya pada bulan yang sama edisi online. Modalnya tak banyak, hanya 15 juta saja. Modal yang terbatas itu menjadi alasan mereka untuk

memilih beredar dengan edisi online pada alamat [www.historia.co.id](http://www.historia.co.id).

Singkat cerita pada tahun 2012, Trio Budi, Didiet dan Bonnie akhirnya menemukan seorang investor dan tokoh politik, yang memutuskan untuk keluar dari keanggotaan DPR dan menjadi seorang businessman, Jeffrie Geovanie. Sehubungan dengan investor tetap majalah Historia itu, Didiet berkomentar, “Dia memberikan dana dan jadilah kita sekarang. Dijalankan secara profesional sebagai perusahaan”. Tahun 2012 pun majalah Historia cetak mulai terbit dan hingga saat ini sudah mencapai edisi ke 12. Majalah historia berikut redaksional dan segala urusan bisnis-nya pun, kini dikelola secara profesional dibawah satu *holding* yang sama dengan The Indonesian Institute<sup>2</sup>. Sudah hampir satu tahun ini pula, Majalah Historia membuka saluran baru untuk penyebaran informasi sejarah yang dianggap akan lebih merangkul target pasar pembaca melalui social media, khususnya twitter.

### **Tiga Alasan Sederhana**

Setiap pendirian dan pengelolaan media baik cetak, elektronik ataupun online pasti memiliki alasan yang mendasarinya. Alasan itu bersifat khas dan unik serta berbeda bagi setiap media. Hal serupa terjadi pula pada majalah Historia,

<sup>1</sup>*Dammie*: Rancangan atau *draft* awal, *sample* contoh satu media, baik koran maupun majalah.

<sup>2</sup>The Indonesian Institute: Lembaga Riset yang fokus pada penelitian terkait kebijakan publik, dengan *tag line* “Center For Public Policy Research”

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

versi online ataupun cetak. Para pendiri dan penggagas Majalah Historia setidaknya memiliki dua alasan yang lebih mengarah idealisme untuk mengungkap kebenaran berbagai kisah sejarah, merangkul anak muda dalam kegiatan positif untuk lebih tertarik menulis dengan tema sejarah dan alasan klasik bagi setiap industri media, yakni ekonomi.

Idealisme untuk mengungkap kebenaran sejarah Indonesia adalah alasan utama Majalah Historia digagas, didirikan dan dikembangkan. Bukan hanya persoalan kebenaran, namun pihak redaksi majalah historia pun mengatakan bahwa persoalan sejarah yang ditutup-tutupi tak hanya terkait dengan sejarah Indonesia yang didominasi oleh angkatan darat. Terkait hal tersebut, Didiet Aditya Maheswara, redaktur artistik Majalah Historia, mengatakan:

Indonesia itu sejarahnya dibangun oleh angkatan bersenjata. banyak sekali hal-hal yang pasti ditutupi. teman-teman punya satu keinginan untuk membuka sejarah itu secara benar. kita tidak bisa mengalahkan angkatan bersenjata. Kita senjatanya hanya pena, sedangkan mereka peluru. Memang harus kita buka di Indonesia. selalu mengkaitkan artikel hasil kita dengan sejarah di Indonesia. Kita ingin masyarakat Indonesia ini mengetahui sejarah dengan benar. Secara benar bukan yang salah.

Pihak redaksi majalah Historia memang berpendapat bahwa sejarah Indonesia sudah lama dipengaruhi dan didominasi oleh

angkatan darat. Sebagai seorang wartawan yang berbasis ilmu sejarah atau memiliki ketertarikan pada bidang sejarah, mereka tertarik untuk tahu lebih banyak tentang sejarah Indonesia yang benar, bukan yang ditutup-tutupi untuk suatu kepentingan tertentu. Sadar bahwa mereka memiliki kemampuan untuk menulis dan hanya mampu memberikan informasi yang benar dengan artikel yang dibaca publik, mereka pun melakukan hal tersebut dan mengimplementasikan melalui konten Majalah Historia. Konten memuat sejarah yang benar dan terbuka kebenarannya bukan sejarah yang salah dan tertutup kebenarannya oleh beragam kepentingan.

Alasan kedua berhubungan dengan anak muda dan kegiatan positif melalui penulisan sejarah. Anak muda diharapkan dapat menulis tentang banyak hal sebagai suatu kegiatan yang lebih positif dibandingkan hanya mengisi waktu dengan kegiatan yang tidak mengasah kreatifitas. Dalam konteks-nya, majalah historia mendorong anak muda untuk menulis dengan tema sejarah. Redaksi Majalah Historia, dengan upayanya itu, mengharapkan suatu tujuan terwujud. Tujuan itu agar anak muda lebih mencintai Indonesia melalui kegiatan penulisan dan hasil tulisan yang fokus pada tema sejarah.

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

Ekonomi adalah alasan klasik pendirian, pengelolaan serta langgengnya sebuah industri media. Sehubungan dengan alasan ekonomi sebagai salah satu dasar pendirian dan pengelolaan majalah Historia, Didiet A.M. mengatakan, “kita tidak bisa menutup mata. Kita harus digaji, teman-teman disini harus digaji. Cetakan harus dibayar. Cetakan kita tulis milik republik nggak mungkin“. Urusan dan permasalahan ekonomi bagi setiap media memang kurang lebih sama, meskipun perbedaan tetap saja ada. Gaji yang harus dibayar hingga membayar percetakan adalah alasan ekonomi yang lumrah bagi proses pendirian dan pengelolaan suatu media. Namun ideologi yang ada dibalikinya sedikit banyak mempengaruhi kepentingan ekonomi suatu media.

Ketika mengutip kata-kata informan, “Cetakan Kita Tulis milik republik nggak mungkin”. Jika dipikirkan lebih mendalam makna ini berhubungan dengan kepentingan politik atau mungkin ideologi yang mungkin dianut oleh para pendiri dan pimpinan atau redaktur Majalah Historia. Prinsip paham komunis, yakni tidak adanya hak perseorangan atau hak golongan atau kelompok dan semua milik bersama, rasanya memiliki kemiripan dan relevan dengan ucapan seorang redaktur itu. Jika melihat prinsip paham komunis dan

makna kata “milik republik”, secara logika terdapat kecenderungan majalah historia dipengaruhi oleh paham atau ideologi komunis tersebut. Meskipun kecenderungan ini mungkin saja meleset atau belum tentu benar. Hal tersebut terjadi karena makna milik republik adalah milik bersama, milik bersama rakyat dan pemerintah, artinya tak ada orang atau golongan yang memilikinya. Meskipun demikian, hal tersebut hanyalah sebuah kecenderungan.

#### **Sejarah Itu Aktual dan Populer**

Gambaran atau *image* sejarah bagi setiap orang beragam. Bagi beberapa orang sejarah digambarkan sebagai kajian yang dianggap membosankan dan kuno, tapi bagi sebagian orang lain, sejarah adalah fokus dan tema yang menarik dan selalu aktual. *Image* bahwa sejarah membosankan, kuno dan tidak aktual dimata beberapa orang inilah yang berusaha dirubah oleh Majalah Historia. Menurut redaksi majalah historia, yang diwakili oleh redaktur senior, Didiet.AM, Majalah Historia berusaha menyajikan sejarah dengan bahasa yang populer. Didiet pun menambahkan, ”Jadi benar-benar orang baca historia tidak seperti buku babon, buku sejarah. Benar-benar bacaan yang populer. Bahasa populer”. Jelas bahwa majalah Historia berusaha mengubah *image* sejarah dari buku Babon yang membosankan

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

karena hanya berisi tulisan, dengan kertas yang kasar, dan gambar yang hitam putih tidak jelas kini dikemas oleh Majalah Historia dengan halaman tipis, hanya dengan 89 halaman, kualitas kertas bagus nan modern, dengan *layout* yang menarik, konten menarik dan variatif, gambar *full colour* hingga bahasa yang populer dan sulit untuk dicerna. Selain itu, kesan bahwa sejarah tidak aktual pun dihapus oleh pihak Majalah Historia. Pihak redaksi majalah historia mengatakan bahwa artikel dan konten sejarah yang mereka sajikan sangat aktual, namun bersifat timeless. Konten dan artikel sejarah dikatakan aktual karena tema yang dipilih adalah tema yang tengah dibicarakan orang saat ini. Misalnya sewaktu Jakarta dilanda banjir, maka historia mengulas tentang sejarah banjir dilihat dari zaman dulu hingga saat ini. Redaksi majalah historia mengatakan artikel tersebut sebagai artikel yang aktual karena banjir yang sedang jadi *trend topics* dibahas secara mendalam dan dikaji dari sisi sejarah. Terkait, konten sejarah Majalah Historia yang dikatakan aktual, Didiet.AM mengatakan:

Aktualnya dalam artian gini. Misalnya kita mengangkat sebuah beri contoh. Westerling. Kita lihat Westerling kita bahas habis Westerling. Ini gimana, dulu gimana, ada hal-hal baru yang ditemukan tentang Westerling ya kita sampaikan, dimasukkan. Fakta baru

tentang Westerling itu. Itu yang aktual tentang sejarah

Jelas bahwa pandangan tentang aktualitas dimata sejarah dalam pandangan historia yang ditulis dengan format *feature* atau *soft news* berbeda dengan aktualitas dalam pandangan media pada umumnya yang seringkali menulis berita atau artikel dalam format *hard news*. Pihak redaktur mencontohkan aktualitas ala Majalah Historia dengan menjelaskan artikel tentang Westerling. Kisah westerling mungkin sudah dimulai dan berakhir sejak beberapa tahun lalu. Namun reporter dan pihak redaksi majalah Historia berhasil mendapatkan banyak fakta baru tentang sejarah Westerling yang baru ditemukan, diungkap dan dikemukakan saat ini. Sumber penemuan sejarah bisa beragam, mulai dari temuan kontributor majalah historia yang bertugas di beberapa Negara, seperti Negara asal Westerling yakni Belanda. Fakta baru mungkin saja ditemukan oleh pihak kontributor, fakta baru itulah yang menjadi wujud aktual sejarah bagi redaksi Majalah Historia. Pihak majalah Historia menamakan pula fakta baru itu dengan istilah aktualita. Singkatnya, aktual baru redaksi Majalah Historia adalah fakta baru yang ditemukan benang merah permasalahan yang sama pada masa kini dan masa lalu.



### **Online Ke Cetak, Cetak Ke Online**

Berbeda dengan media lain yang mengalami suatu fenomena yang disebut dengan konvergensi media, Majalah Historia justru mengalami fakta sebaliknya. Majalah Historia dalam menjalankan bisnis untuk menyebarkan informasi sejarah, memulai pada tahun 2010, dengan saluran internet berupa website dan *social media* baik twitter dan facebook. Dua tahun kemudian tepatnya di tahun 2012, Majalah Historia merilis edisi cetak dan hingga kini telah menghasilkan 12 edisi. Majalah Historia versi cetak terbit rutin 1 bulan 1 kali. Praktik konvergensi media yang dilakukan oleh Majalah Historia agak berbeda dengan yang dilakukan oleh media lainnya. Jika Media lain, berita dari media cetak terutama Koran atau dari media elektronik terutama televisi di subsidiary atau dipindahkan atau dimuat juga di media online, Majalah Historia berbeda. Berita yang ada di media online atau website dan social media justru dimuat dalam versi lebih lengkap dan mendalam di Majalah Historia versi cetak.

Persoalan Majalah Historia yang terbit dalam edisi cetak dan edisi online, pihak redaksi dan divisi bisnis justru memiliki pandangan sendiri tentang masa depan majalah Historia pada masa yang akan datang. Pihak redaksi berpandangan bahwa majalah versi cetak yang

pada trendnya kini mulai ditinggalkan oleh para pembacanya yang lebih banyak membaca majalah dengan edisi online, tidak akan punah dan akan tetap terbit meski jumlahnya akan terus menurun. Namun generasi pembaca Majalah versi cetak tidak akan hilang. Berdasarkan pandangan itu, Majalah Historia berusaha untuk mengimplementasikan suatu kebijakan atau strategi terkait dengan majalah yang akan dicetak dengan prinsip print on demand. Suatu saat nanti, majalah Historia tidak akan menetapkan jumlah Majalah Historia yang dicetak, namun lebih pada mencetak berdasarkan jumlah yang diminta oleh pembaca majalah Historia yang akan membaca dalam versi cetak. Untuk saluran online, melalui website majalah historia, twitter @Majalahhistoria hingga facebook Majalah Historia, strategi dan implementasi strategi akan terus dikembangkan. Hal tersebut bukan karena alasan, namun semata-mata karena trend yang menunjukkan bahwa kini semakin tinggi angka orang yang menggunakan internet sebagai saluran untuk mencari informasi yang dibutuhkan dan mereka gemari. Majalah historia akan tetap dicetak karena ada unsur *collectible* sebagai salah satu kebiasaan bagi segelintir pembaca. Ciri pembaca dengan karakter *collectible* adalah mereka membeli, membaca dan

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

mengumpulkan majalah Historia versi cetak dengan lengkap dikumpulkan, sehingga mereka memiliki semua edisi cetak Majalah Historia sejak edisi cetak pertama hingga kini pada edisi cetak kedua belas.

Majalah Historia pun memiliki data bahwa implementasi strategi penyebaran informasi sejarah melalui media online yakni social media terutama twitter @Majalahhistoria juga mempengaruhi tingkat penjualan dan pelanggan majalah Historia versi cetak. Hasil survey redaksi dan divisi bisnis majalah Historia pun menyatakan bahwa sekitar 20% dari followers twitter @Majalahhistoria yang mencari informasi sejarah melalui konten singkat ala online pun, memutuskan untuk membeli Majalah Historia versi cetak. Dengan demikian jumlah pembaca Majalah Historia versi cetak pun pasti meningkat angka pembacanya. Meskipun demikian konten majalah historia versi cetak dengan versi online pun berbeda. Konten berbeda, pembahasan berbeda dan materi juga berbeda. Informasi yang ada di online tidak selengkap yang ada di cetak. Ini bagian dari strategi Majalah Historia, agar pembaca tak hanya membaca dalam versi online, namun juga membaca dalam versi cetak.

#### **Social Media Ala Majalah Historia**

Majalah Historia memiliki alasan khusus

terkait dengan penggunaan social media sebagai saluran penyebaran informasi sejarah. Beragam saluran social media dimanfaatkan oleh pihak Majalah Historia. Diantaranya Facebook dan twitter. Konten sejarah dalam facebook dan twitter juga dikemas dengan bahasa yang populer, mudah diingat dan dimengerti. Ditulis dalam kalimat yang singkat dan informasi yang disampaikan dengan jelas. Terkait dengan keputusan untuk menggunakan Facebook sebagai saluran social media untuk menyebarkan informasi sejarah, Didiet AM., redaktur artistik mengatakan:

Keinginan setiap orang serta mendokumentasikan kejadian setiap hari itu merupakan perilaku sejarah. Aku sangat setuju dengan adanya FB. Kenapa FB? Karena orang-orang anak-anak mulai foto-foto submit. Foto-foto upload, nah itu kan salah satu perilaku sejarah menurut aku. Jadi secara tidak langsung semua orang pasti suka akan sejarah. Nah seperti kayak gitu. Nah hal-hal yang kayak gitu yang akhirnya kita bikin menjadi sebuah bisnis.

Pihak redaksi dan divisi bisnis Majalah Historia memiliki alasan khusus memilih facebook sebagai saluran penyebaran informasi sejarah karena dalam pandangan mereka, publik facebook biasa membuat catatan sejarah melalui akun facebook. Mereka mendokumentasikan segala kegiatan, foto-foto mereka dalam keseharian melalui facebook. Perilaku mendokumentasikan sejarah

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

dilakukan individu melalui facebook. Berangkat dari kebiasaan individu tersebut, Majalah Historia melihat facebook sebagai lahan bisnis untuk memperkenalkan sejarah Indonesia, karena facebook adakah media untuk memperkenalkan sejarah individu. Jejaring sosial berupa social media baik twitter maupun facebook juga menjadi media promosi bagi Majalah Historia. Jadi jejaring sosial berupa social media bagi majalah historia bukan hanya digunakan sebagai saluran atau media penyebaran informasi sejarah, namun juga sebagai media promosi majalah historia versi cetak.

Seiring perkembangan social media, kini twitter pun semakin berkembang dan diminati orang. Pengguna twitter semakin banyak karena twitter dianggap lebih praktis. Promosi dan informasi sejarah lebih mudah diakses dan dibaca oleh publik atau pembaca pengguna twitter. Hal tersebut pula yang menjadi alasan bagi staff social media Majalah Historia, Harumi Vinandhita yang juga mengelola twitter @majalahhistoria. Terkait hal tersebut Harumi Vinandhita mengatakan:

Aku pribadi sih dari facebook saja sudah beralih ke twitter. Jarang facebook itu buat Sebagian orang dibuka. Jika dibuka pun hanya melihat informasinya saja. Sedangkan banyak orang itu sekarang nge tweet di twitter. Karena dia lebih kan dari sisi informasinya lebih banyak. Dan

kita lihat kalau historia ini ya kalau di promosi di twitter lebih cepat. Orang buka udah ada, balas, nge tweet, gampang kan. Mau begimanapun twitter lah lebih simpel, informasinya banyak, ngasih informasinya gampang.

Berdasarkan kebiasaan pengguna internet yang lebih banyak menggunakan *social media* twitter daripada facebook tadi, maka strategi penyebaran informasi sejarah dan promosi Majalahh Historia versi cetak melalui twitter lebih gencar dilakukan. Melalui twitter pula berbagai artikel yang ada di website Majalah Historia yakni Historia.co.id, diperkenalkan kepada pengguna twitter atau followers @majalahhistoria melalui link yang berikan dalam pesan singkat twitter 140 karakter tersebut. Traffic website pun bertambah hingga jumlah visitor mencapai 500 orang pembaca yang membuka website resmi Majalah Historia. Informasi langganan pun di tweet di twitter oleh social media staff. Fungsi sosial media staff sebagai penjaga interaksi juga berjalan disini. Jika followers bertanya tentang konten sejarah lebih jauh atau info berlangganan maka ia harus memberikan feed back. Interaksi yang berjalan baik dan dibina oleh pihak social media staff majalah historia inilah yang membuat followers @Majalahhistoria terus bertambah hingga mencapai angka 16.000 followers.

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

Bahasa pada kalimat yang ditweet melalui twitter juga harus menggunakan bahasa yang populer dan catching. Karena followers itu bukan satu dua orang atau puluhan orang tapi belasan ribu orang. Supaya menarik perhatian followers yang banyak itulah maka majalah historia harus men tweet konten dengan bahasa yang populer dan catching tadi agar menarik perhatian followers. Untuk urusan followers, majalah historia memiliki followers dengan demografi yang khas dari mulai anak usia sekolah, usia siswa Sekolah Menengah Atas, Mahasiswa, pekerja, akademisi, politikus dan praktisi media atau wartawan.

Efektifitas social media twitter dapat diukur berdasarkan 5 kategori, yakni banyaknya orang yang mengunjungi dan memberikan data diri, adanya tingkah laku pengunjung yang berhubungan dengan social media tersebut, data base yang dimiliki oleh social media tersebut, liputan media yang kontennya diambil dari informasi social media terkait dan peningkatan penjualan yang datanya didapatkan dari agen penjual. Untuk mencapai efektifitas itu social media staff Majalah Historia melakukan interaksi dengan followers dan mereka pun memiliki data base berupa prosentase jumlah followers yang dikenal secara nyata oleh pihak pengelola Majalah historia adalah 60% dan yang tidak

dikenal adalah 25%. Angka statistik menunjukkan data base yang kuat yang dikumpulkan oleh pihak social media majalah Historia melalui pengelolaan twitter @majalahhistoria.

#### **Teman Versus Buzzer**

Buzzer adalah salah satu istilah dalam dunia praktis, social media, twitter. Social media berupa twitter adalah saluran atau media yang digunakan oleh Majalah Historia dalam menyebarkan informasi sejarah. Seiring dengan berkembangnya penggunaan twitter oleh Majalah Historia, dengan id @majalahhistoria, yang sukses merenggut 16771 followers, kebutuhan akan buzzer pun bertambah. Secara awam, Buzzer dalam twitter berarti kicauan berbayar. Dipa (2013:64) menyebutkan pengertian buzzer yakni Duta promosi bagi pelaku pemasaran di twitter, namun secara harfiah berarti alat yang menghasilkan suara yang bising sehingga menarik perhatian. Buzzer adalah sebutan untuk per akun, per orang yang memiliki akun. Majalah Historia memiliki beberapa buzzer. Buzzer yang mereka miliki pun jumlahnya tak sedikit dan berasal dari kalangan sosialita, tokoh terkenal, sastrawan, reporter media yang sangat dikenal oleh publik. Redaksi menyebutkan setidaknya ada dua nama, Chantal Della Concetta dan Goenawan

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

Mohamad. Harumi Vinandhita (Vivi), social media staff, menyebutkan, “Goenawan Muhammad. Chantal Della Concetta. Itu dia nge-retweet kita jadi followersnya nambah lho. Itu Buzzer lho sebenarnya”. Meskipun dua tokoh publik itu menjadi buzzer dari Majalah Historia, mereka tidak mendapatkan uang bayaran seperti buzzer untuk produk jualan yang sifatnya komersial. Majalah Historia mempunyai alasan sendiri tentang tidak dibayarnya dua buzzer mereka tersebut. Didiet.A.M mengatakan, “Karena itu teman kita, karena dia punya keterikatan dengan kita. Secara bisnis dia ada dalam, sebagai dia ngebantuin buzzing historia itu dengan hastag. Buzzernya chantal, goenawan muhammad, beberapa redaktur senior di kompas, banyak lah beberapa, tokoh politik”. Jelas bahwa alasan buzzer majalah historia tidak dibayar karena mereka menjadi buzzer atau re tweet semata-mata karena mendukung usaha bisnis media majalah yang berfokus pada sejarah ini. Meski tidak membayar buzzer pun majalah historia banyak memiliki Buzzer. Terlepas dibayar atau tidak dibayar, menjalankan fungsi yang sama. Fungsi itu adalah men-tweet, me-retweet, atau dengan hastag. Fungsi yang dijalankan oleh buzzer itulah yang menjadi tugas seorang buzzer.

Majalah Historia memang efektif jika

menggunakan buzzer Chantal Della Concetta dan Goenawan Mohamad. Goenawan Mohamad yang ditemui pada id @gm\_gm dan memiliki 311.243 followers dan @chantalconcetta merupakan id twitter milik Chantal Della Concetta dan memiliki followers dengan angka fantastis, menyentuh angka 359.893 followers. Dipa (2013:64) mengatakan:

Buzzer berarti akun yang memiliki pengaruh besar, follower panatik, tweet mereka sering di re-tweet, aktif berinteraksi dengan follower, dan yang pasti jumlah follower-nya banyak. Buzzer biasanya berasal dari kalangan selebriti atau tokoh terkenal. Sebuah akun bisa menjadi buzzer jika memiliki minimal 3000 follower, yang dipercaya sebagai batas psikologis sebuah akun layak menjadi buzzer.

Chantal dan Goenawan merupakan buzzer yang baik dan dianggap sebagai salah satu faktor yang menentukan efektifnya penyebaran informasi sejarah melalui twitter @majalahhistoria. Jika pemilihan buzzer didasarkan pada jumlah minimal followers yakni 3000 orang, maka Chantal dan Goenawan masuk ke dalam kategori buzzer yang memungkinkan keefektifan, tweet yang dipost oleh admin atau social media staff @Majalahhistoria pun di-re tweet oleh mereka dan mereka pun aktif berinteraksi dengan followersnya.

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

### **Hubungan Baik Dengan Media Lain**

Majalah Historia, seperti media massa lainnya, dalam pengelolaannya baik secara redaksional maupun bisnis selalu berada dalam frame tag line yang sama. Arah penulisan artikel-artikel majalah historia, baik online, social media maupun cetak pun selalu terarah pada *tag line* “Masa Lampau selalu aktual”. Tag line dipilih bukan tanpa alasan. Adalah P.Swantoro yang menginspirasi terciptanya *tag line* ini. P.Swantoro adalah mantan wakil pemimpin redaksi Kompas, wakil pemimpin umum Kompas, dan pemegang 6 jabatan penting di lingkungan Kompas Gramedia. Adalah judul buku hasil tulisan P.Swantoro yang berjudul Masa Lalu Selalu Aktual yang menginspirasi tag line Majalah Historia. Melihat fakta tersebut kita dapat melihat bahwa pendirian majalah Historia berhubungan dengan Konglomerasi Media Kompas Gramedia. Terkait dengan asal mula tag line Majalah Historia, Didiet.AM mengatakan:

Tag line masa lampau selalu aktual itu diambil dari bukunya Pak Soelarto. Orang nomor tiga di Kompas. Kita soan kesana, pak bukunya diiniin. Kalau nggak salah judul bukunya masa lalu. Dari masa lalu selalu aktual, Jadi masa lampau selalu aktual. Kita ganti jadi masa lampau. Tagline masa lampau selalu aktual.

Bukan hanya tag line yang menunjukkan adanya hubungan antara Majalah Historia

dengan konglomerasi media Kompas Gramedia. Beberapa pemimpin redaksi dari konglomerasi media terbesar itu bahkan menjadi kontributor bagi Majalah Historia. Majalah Historia terbuka dengan pihak lain termasuk akademisi dan wartawan atau praktisi media yang menulis tulisan dengan fokus tema sejarah.

### **Bukan Tanpa Hambatan**

Media massa dipandang dari pengelolaan dan kelangsungan industri, pada kenyataannya sering menghadapi beragam hambatan. Semakin berkembang dan luasnya cakupan usaha dan lingkup pasar sebuah media, kemungkinan timbulnya hambatan dalam proses redaksional maupun bisnis media pun semakin besar. Hambatan yang umumnya dialami oleh pihak pengelola media, adalah hambatan yang berhubungan dengan urusan redaksional dan urusan bisnis ekonomi media. Dua hal itu pula yang dianggap sebagai penentu kelanggengan industri sebuah media.

Bagi Majalah Historia yang kini menggunakan berbagai saluran untuk menyebarkan informasi dan berita yang berhubungan dengan tema sejarah, sedikit banyak merasakan adanya hambatan dalam proses pengelolaan media mereka. Namun penggunaan saluran social media melalui twitter @Majalahhistoria oleh Majalah Historia dinilai membawa hambatan

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

yang minim bahkan hampir tidak ada. Terkait hambatan dalam pengelolaan Majalah Historia dengan saluran social media twitter, Harumi Vinandhita, social media staff, mengatakan, “Hambatan mengelola twitter. Nggak sih sampai saat ini”. Namun pada saluran yang lain, yakni saluran cetak dan saluran website, pengelolaan Majalah historia bukan tanpa hambatan.

Pihak redaksi majalah Historia menyebutkan setidaknya terdapat dua hambatan yang selama ini mereka hadapi. Hambatan pertama terkait dengan proses redaksional. Setiap artikel bertema sejarah yang dimuat di majalah Historia, merupakan hasil liputan oleh reporter yang digabungkan dengan berbagai data yang didapatkan dari narasumber yang terpercaya atau kredibel. Pada kenyataannya, sumber sejarah yang ada di Indonesia, baik tertulis atau tidak tertulis sangat minim. Terkait hal tersebut, Didiet.A.M. mengatakan:

Kalau secara redaksional kesulitan kita adalah sumber. Karena indonesia ini sangat minim sumber baik sumber tertulis atau sumber foto. Itu hambatan kita. orang-orang media mengatakan historia itu orang gila. Karena untuk menulis sedalam itu pun kelas Tempo pun harus setahun 3 kali. Historia sebulan sekali. Kejar tayang. Di Indonesia ini untuk mendapatkan

sumber atau narasumber baik itu primer atau sekunder itu sangat sulit.

Sukarnya mencari sumber yang kredibel dalam menyusun sebuah artikel dengan konten informasi yang fokus pada bidang sejarah dianggap sebagai hambatan bagi pihak redaksi Majalah Historia. Baik sumber tertulis, sumber foto, ataupun saksi sejarah primer atau sekunder sulit sekali dicari, dilacak dan ditemui. Majalah Historia berusaha keras untuk mencari informasi dan narasumber yang tepat dengan masing-masing topik sejarah yang diangkat, dalam waktu yang cukup singkat. Alhasil, redaksi Majalah Historia pun seringkali bekerja dibawah tekanan. Apalagi ada tuntutan bahwa dalam satu bulan majalah Historia harus terbit satu kali dan untuk edisi online website atau social media, termasuk berbagai konten atau informasi sejarah aktual melalui twitter @majalahhistoria.

Timbulnya permasalahan tersebut membuat pihak redaksi Majalah Historia memutar otak untuk mencari solusi dari hambatan redaksional tersebut. Majalah Historia mengembangkan dan memanfaatkan kontributor di berbagai daerah dan negara untuk melengkapi data dan fakta sejarah terkait topik yang sedang diangkat. Terkait dengan kontributor yang tersebar di berbagai negara ini, Didiet.AM mengatakan:

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

Redaksi dengan minimnya sumber, kita dan reporter harus kreatif. Membuka link sebesar-besarnya mencari data diluar. Sumbernya ada dimana. Kaitkan dengan segala sesuatu yang memungkinkan di dalamnya. Misalnya berhubungan dengan Jepang. Mau tidak mau teman-teman ini harus cari ke Jepang. Dalam artian coba kontak Jepang. Kita punya kontributor Jepang. Kita punya beberapa kontributor di Australia, Jerman, Jepang, Belanda, terutama Belanda.

Solusi dari hambatan redaksional yang dihadapi oleh Majalah Historia, dihadapi redaksi dengan implementasi solusi yang dianggap sebagai sebuah bentuk kreativitas. Kreatif karena reporter dan redaksi dituntut untuk merambah beragam sumber data sejarah terkait dengan topik sejarah aktual yang sedang disajikan dengan mendalam oleh Majalah Historia. Sejarah Indonesia yang terkait dengan sejarah bangsa yang pernah menjajahnya yakni Jepang dan Belanda. Banyak informasi sejarah Indonesia serta saksi sejarah yang justru disimpan, didokumentasikan di kedua Negara itu atau bahkan saksi sejarah karena beragam alasan termasuk orang buangan atau perbedaan ideologi yang memaksa mereka untuk akhirnya menetap di kedua Negara itu. Meskipun demikian beragam sejarah terkait bangsa Indonesia tak hanya didokumentasikan di dua

Negara itu namun juga di beberapa negara lain termasuk Australia, Jerman hingga Perancis. Selain itu Majalah Historia untuk beberapa konten yang terkait dengan informasi sejarah pada suatu tema tertentu, membentuk atau menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga yang menyimpan dan mengoleksi berbagai bentuk dokumen sejarah yang berhubungan dengan topik utama yang sedang diulas oleh Majalah Historia. Lembaga-lembaga yang berhubungan dan bekerjasama dengan Majalah Historia, terkait dengan sumber dan saksi sejarah dalam bentuk dokumentasi, diantaranya adalah LIPI, KIDLV, Arsip Nasional, Goethe institute hingga perpustakaan nasional. Terkait, Didiet.AM mengatakan, “Beberapa orang LIPI itu menjadi dewan ahli di kita. Jelas sekali kita sangat tergantung dengan Arsip Nasional RI, perpustakaan nasional. Nah itu. Karena kita mencari sumber disana. Yang lain-lain itu banyak lah ya misalnya goethe institute, KIDLV Belanda. Banyak lah lembaga-lembaga dengan kita”. LIPI memang memiliki hubungan dengan Majalah Historia, redaksi dewan ahli utama, Dr.Asvi Warman Adam adalah peneliti utama sejarah Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. Kerjasama resmi antara LIPI dengan Majalah Historia memang tidak tertuang dalam sebuah MOU resmi, tapi para aktifis dan peneliti LIPI banyak yang bergabung dengan majalah



**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

Historia atau sekedar menyumbangkan tulisan artikel bertema sejarah untuk dimuat di Majalah Historia.

Hambatan kedua dalam pengelolaan Majalah Historia yang dialami terkait dengan bisnis ekonomi media. Hambatan ekonomi adalah hal yang lumrah bagi setiap media terkait dengan biaya pengelolaan media. Modal merupakan hal yang paling esensi yang mempengaruhi kelangsungan industri media. Jumlah modal dalam industri media terus mengalami pasang surut. Bukan hanya bagi beberapa media, Majalah Historia pun mengalami persoalan serupa. Pihak divisi bisnis dan redaksi majalah historia pun memutar otak untuk mencari solusi dalam menyelesaikan masalah. Setidaknya mereka menentukan tiga strategi dalam penyelesaian hambatan tersebut, yakni memperdagangkan iklan dalam bentuk display atau historial (advertorial versi majalah Historia), menyusun buku-buku sejarah lalu menjualnya dan bekerjasama dengan pihak kampus.

Iklan dan media adalah dua unsur yang berhubungan dengan hukum ekonomi media. Untuk menentukan iklan, ruang iklan dan harga iklan Majalah Historia tidak sekedar menerima atau memuat iklan. Majalah Historia membentuk image atau gambaran bahwa Majalah historia adalah majalah yang punya

kelas. Mereka menyebut istilah tidak melacur untuk mencari iklan dan harga yang ditetapkan pun tidak sembarangan. Terkait iklan dalam majalah historia, Didiet AM mengatakan:

Istilahnya kita tidak bisa melacur untuk mendapatkan iklan. Sorry pakai istilah itu. Lebih baik kita mendapatkan iklan yang 1,2 M tapi mendapatkan kelas. Daripada kita dapat iklan 1 seratus juta ketimbang harus 10 jutaan 10. Lebih baik 1 saja. Kalau memang tidak ada ya tidak usah dipaksakan. Jadi memang sombong. Untuk media baru kita sangat mahal. Untuk yang dibelakang saja. Kita 160 juta untuk cover belakang.

Perusahaan yang memasang iklan di dalam Majalah Historia pun bukan perusahaan sembarangan. Perusahaan yang memasang iklan dalam Majalah Historia adalah perusahaan besar dengan skala bisnis nasional dan internasional. PGN (Perusahaan Gas Negara) dan APL (Agung Podomoro Land) adalah dua perusahaan yang memiliki kontrak eksklusif dengan pihak manajemen bisnis Majalah Historia dalam hal pemasangan iklan. Majalah Historia juga menyusun dan menjual buku-buku sejarah yang mereka susun. Kerjasama dengan berbagai kampus negeri diantaranya dengan UI dan Universitas Hasanuddin. Majalah historia mengadakan talkshow atau diskusi dengan pihak kampus, dengan tujuan untuk meningkatkan kepedulian

terhadap sejarah bangsa Indonesia, sejarah bangsa mereka.

### **Konglomerasi Kecil dan Kontinuitas Pengembangan Bisnis**

Istilah konglomerasi media menjadi umum dan tak asing dalam peta industri media pada saat ini. Seiring dengan perkembangan media penyiaran dan cetak, tumbuh subur pula beragam perusahaan konglomerasi media yang dipimpin oleh seorang CEO dengan banyak lahan usaha media. Konglomerasi media seperti Kompas Gramedia, MNC, Viva News hingga grup trans corporation terus menunjukkan eksistensinya dengan melebarkan sayap bisnisnya ke berbagai lahan media dan non media. Pada intinya perusahaan konglomerasi media adalah usaha yang dipegang oleh satu pengusaha dengan modal yang cukup untuk pengembangan bisnis di berbagai lahan potensial yang dapat menghasilkan keuntungan. Istilah konglomerasi identik dengan media dan digunakan untuk menyebutkan satu grup usaha media yang memiliki banyak anak perusahaan. Sebuah perusahaan konglomerasi media di Indonesia, memiliki anak perusahaan mulai dari media internet bisnis media.com, bisnis harian nasional dan regional, majalah dengan tema dan konten khas, televisi dengan segmen yang khas, hingga industri resort dan hotel. penyebaran informasi dan berita melalui

berbagai saluran atau channel. Namun semua anak perusahaan yang sama memiliki kekhasan dibanding dengan jenis perusahaan lain. Dalam sebuah perusahaan konglomerasi media, corporate culture, arah konten hingga segmentasi adalah dibentuk oleh pihak CEO dan berlaku sama bagi semua anak perusahaan dalam lingkup sebuah perusahaan konglomerasi media.

Praktik konglomerasi media yang dilakukan di Indonesia, sesuai dengan pengertian konglomerasi yang disebutkan oleh Severin dan Tankard. Severin dan Tankard (2008:427) mengemukakan bahwa dalam konglomerasi usaha yang dijalankan sangatlah bermacam-macam karena sungguh-sungguh sesuai dengan arti konglomerasi itu sendiri. Usaha beragam dalam bentukan konglomerasi itu bukan muncul tanpa sebab. Severin dan Tankard (2008:427) menyebutkan bahwa banyak alasan yang melatarbelakangi munculnya konglomerasi media yang sering hanya berasal dari bagian pendapatan tahunan mereka dari aktivitas media, yaitu kumpulan usaha manufaktur dan penjualan. Usaha yang macam-macam dapat diartikan sebagai usaha konglomerasi yang banyak fokus pada praktik dan produk media massa dalam berbagai saluran, termasuk internet, cetak, televisi, radio dan berbagai usaha penunjang termasuk hotel dan resort tadi. Anak perusahaan konglomerasi

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

media yang beragam tentu tidak keluar dari kepentingan bisnis media, yang memang tak jauh dari urusan keuntungan atau profit yang didapatkan dari pendapatan media, termasuk dari iklan.

Di Era konglomerasi media pula inilah, Majalah Historia yang berada dibawah PT.Mediahistoria Indonesia, mulai mengembangkan konsep konglomerasi media. Majalah Historia yang belum sepuluh tahun berdiri, kini telah memiliki satu anak perusahaan yakni Historia Advertising. Meski berada dalam lokasi kantor yang terpisah, historia advertising dalam melakukan usaha bisnisnya, selalu berhubungan dengan Majalah Historia. Terkait dengan Historia advertising sebagai anak perusahaan Majalah Historia, Didiet AM, redaktur artistik Majalah Historia mengatakan:

Kita punya anak perusahaan namanya historia advertising. Karena itu tadi, kita harus membedakan antara bisnis dengan penulisan. Karena nggak mungkin orang-orang redaksi ini menjalani bisnis. Karena kita nggak boleh. Independentsialnya jadi hilang.

Terlihat dari paparan tim redaksi, bahwa historia advertising memang dibentuk karena adanya kebutuhan akan pemisahan atau desk kerja yang lebih fokus dalam sebuah

usaha media. Majalah historia yang mencirikan dirinya sebagai media independent tidak ingin urusan redaksional tercampur dengan kepentingan bisnis majalah historia. Untuk itu mereka mendirikan historia advertising yang merupakan anak perusahaan, dari konglomerasi media mini, Majalah Historia.

Pengembangan konglomerasi media bukan satu-satunya strategi bisnis yang direncanakan dan akan dicanangkan oleh Majalah Historia. Sehubungan dengan saluran media online dan cetak yang akan terus dikembangkan akan diiringi dengan beragam inovasi yang tentunya berhubungan dengan penyebaran informasi sejarah kepada publik yang gemar dan minat pada informasi sejarah. Beragam strategi akan dikembangkan, mulai dari diskusi interaktif tentang suatu tema sejarah khusus melalui media Blackberry messenger, majalah historia dengan saluran atau wujud gulungan plastik yang menarik yang biasa disebut olepss, pendirian stasiun tv yang tentunya fokus pada konten sejarah, hingga konten joke di twitter @majalahhistoria yang ditandai dengan hastag #histeria.

Konten interaktif melalui blackberry messenger ini yang dimaksud adalah membuat diskusi dalam group majalah historia yang anggota atau members adalah sahabat historia yang concern dan mengikuti informasi sejarah

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

yang disusun dan ditampilkan oleh pihak redaksi Majalah Historia. Rencana majalah historia pada masa yang akan datang ini telah dirintis, diusahakan dan terus berusaha diwujudkan oleh pihak redaksi Majalah Historia. Hanya hambatan terkait implementasi strategi penyebaran informasi sejarah dan diskusi dengan tema sejarah melalui blackberry messenger group (BBM Group). BBM Group kini yang ada dan berkembang sekarang membatasi jumlah anggota atau member yang terlibat didalamnya, yakni hanya 30 member. Terkait strategi terbaru majalah historia itu, Didiet AM, redaktur artistik, mengatakan, “*colocation* dengan *server* disana. Kita bisa sampai dengan 1000. Bisa. Itu lagi dipikirkan karena ini masalah duit lagi kan. Pengembangan itu membutuhkan sebuah materi. Makanya kita lagi hitung-hitungan”. Kemungkinan media baru berupa BBM Group akan menjadi saluran bagi penyebaran informasi sejarah yang baru. Dengan jumlah anggota bbm group sampai 1000 orang dirasa akan efektif sebagai lokasi dan saluran diskusi dengan tema sejarah yang dibahas mendalam dan ditentukan oleh majalah Historia. Hanya persoalan keuangan untuk membiayainya yang masih menjadi pertimbangan dan hambatan bagi redaksi dan pengelola bisnis majalah Historia sampai sekarang.

Strategi media atau saluran penyebaran informasi sejarah yang juga akan dirintis dan diwujudkan oleh Majalah Historia pada waktu yang akan datang adalah media yang disebut dengan olepss. Wujud Olepss sederhana sekali, tidak ada ketebalan berarti seperti pada majalah atau buku sejarah, namun hanya tipis berupa gulungan yang terbuat dari plastik, ringan dan dapat dibawa ke berbagai tempat. Tujuan penggunaan media olepss oleh pihak redaksi dan bisnis Majalah Historia adalah untuk kepraktisan, semata-mata hanya untuk itu. Penggunaan olepss untuk saluran media informasi sejarah yang baru, dijelaskan pula oleh Didiet AM:

Kita akan sewa sama olepss. Tapi nggak tahu kapan. Kita sedang pelajari aturan-aturannya. Itu hanya seperti plastik. Itu ukurannya A4 bisa digulung. Plastik saja, tipis, ukurannya hanya 1 mili. Itu nanti ada gambarnya. Kita hanya taruh di beberapa toko buku. Orang itu hanya memiliki barcode. Ditempelkan ke barcode kita di toko buku. Terus nanti kontennya sudah ada semua. Mereka tidak akan lagi pegang lagi majalah tebal, tapi hanya selebar. Baca di kereta apa. Foto di klik bisa jadi film, nanti capek baca bisa ada suara saja. Sudah selesai digulung. Praktis.

Melihat penjelasan dan gambaran yang diberikan tentang olepss, terbayang betapa praktisnya penggunaan olepss oleh pihak

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

majalah Historia dalam menyebarkan informasi sejarah kepada publik atau pembacanya. Hanya hambatan yang dihadapi dalam mewujudkan strategi Majalah Historia itu masih saja ada, terkait dengan deposit dan materi atau biaya. Biayanya konon bisa mencapai angka miliar. Terkait dengan hal tersebut, Didiet AM menambahkan, “Kita harus sewa sama mereka. Depositnya itu untuk 1 juta unit. Sangat mahal harganya. Ya kalau kita hitung-hitung kalau memang sampai 500 ribu pembaca saja, kita sewakan itu. Kita nggak rugi”.

Dua strategi lain yang akan dicanangkan oleh majalah Historia dan dianggap paling logis dan rasional untuk dicanangkan dan diwujudkan dalam waktu dekat dengan hambatan yang dianggap dapat diselesaikan dengan solusi yang baik adalah dirintisnya pendirian Historia TV (penyebaran informasi sejarah melalui saluran atau media televisi) dan konten histeria dalam saluran twitter @majalahhistoria dengan tanda #histeria. Untuk pendirian stasiun penyiaran TV Historia, hambatan lebih pada persoalan modal, materi dan investor yang belum tepat. Dana yang dibutuhkan untuk mendirikan dan mengelola sebuah stasiun televisi memang tidak kecil, bahkan mencapai angka ratusan juta rupiah. Pihak redaksi majalah historia bahkan menyebutkan, jumlah

modal tidak kurang dari 300 juta rupiah.

Strategi yang terakhir, yang akan dicanangkan dari *social media* berupa twitter, yakni konten #histeria lah yang paling mungkin dicanangkan dalam waktu dekat ini. Konten histeria ini tetap akan fokus pada tema sejarah namun dikemas dengan *jokes* atau lelucon. Target dari konten Histeria melalui twitter ini adalah anak muda pengguna twitter. Sehingga *image* atau gambaran majalah Historia tidak lagi membosankan dan dianggap terlalu serius, dan tentunya dikemas dengan bahasa yang populer ala Majalah Historia. Jika sesuai rencana, konten histeria akan mulai dirancang dan dirilis pada tahun ini, 2013.

### **Simpulan**

Beragam fakta terkait dengan pengalaman redaksi Majalah Historia dalam mengelola *social media* berupa twitter sebagai saluran untuk menyebarkan informasi sejarah, penulis dapat menyimpulkan beberapa fakta penting. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang disusun dalam bentuk artikel ilmiah ini:

1. Majalah Historia didirikan oleh beberapa orang yang mencintai dunia penulisan dengan fokus tema sejarah. Proses pendirian dan pembentukan majalah historia hingga dapat menyajikan dan menyebarkan informasi

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

- sejarah melalui media online (social media atau website) bukan hal mudah dan tidak dalam waktu singkat.
2. Tiga alasan pendirian dan pengelolaan Majalah Historia adalah ingin memaparkan sejarah yang benar dan tidak ditutup-tutupi kebenarannya, memberikan wadah bagi kaum muda melakukan kegiatan positif dan mencintai Indonesia melalui penulisan sejarah serta alasan ekonomi.
  3. Artikel dan berbagai konten sejarah yang dimuat oleh majalah Historia tetap mengandung unsur aktualitas. Aktualitas menurut redaksi Majalah Historia adalah peristiwa masa kini yang terjadi dan sedang dibicarakan public, diulas dengan peristiwa serupa yang terjadi dimasa lalu atau peristiwa atau tokoh masa lalu diulas mendalam melalui data masa lalu dan data masa kini yang baru ditemukan yang berasal dari berbagai sumber termasuk saksi sejarah.
  4. Majalah Historia memiliki beragam saluran penyebaran informasi sejarah, termasuk online dan cetak. Majalah Historia memulainya dari penulisan artikel dan konten di media online yakni website dan social media terlebih dahulu, baru kemudian informasi dan konten disajikan melalui media cetak yakni majalah. Konten yang disalurkan melalui media tersebut saling melengkapi.
  5. Social media yang dipilih sebagai saluran penyebar informasi sejarah oleh Majalah Historia adalah twitter dan facebook. Bukan hanya sebagai sarana penyebar informasi, tapi berlaku juga sebagai sarana promosi brand dan produk Majalah Historia versi cetak.
  6. Penggunaan social media twitter oleh pihak social media staff dan redaksi majalah historia dianggap efektif karena data base yang lengkap, interaktif dengan followers yang bersifat intens, hingga kenaikan jumlah pelanggan majalah historia versi cetak yang naik signifikan. Bergama konten twitter dianggap efektif dan mengena pada segmen followers karena jumlah followers yang terus meningkat secara dinamis. Pihak social media staff Majalah Historia menganggap twitter sebagai social media yang lebih efektif karena cara menggunakan dan mengakses informasi yang lebih praktis dibandingkan social media lain (facebook).
  7. Penyebaran informasi sejarah melalui twitter oleh Majalah Historia dianggap lebih efektif karena adanya peran *buzzer*

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

atau pemilik twitter dengan jumlah followers yang tinggi, yang berinteraksi dengan followers secara rutin, setiap pesan yang berhubungan dengan konten majalah historia yang ditweet atau di retweet oleh *buzzer* memberikan pengaruh yang besar kepada eksistensi dan penyebaran informasi sejarah tadi. Jika pada twitter brand atau produk lain, *buzzer* akan dibayar, tapi *Buzzer* milik Majalah Historia tidak dibayar, sebab *buzzer* adalah orang atau public figure yang dikenal baik sebagai kerabat, teman hingga politikus, praktisi media yang memiliki ketertarikan pada konten sejarah dan perhatian yang khusus diberikan oleh mereka kepada majalah historia.

8. Majalah Historia memiliki hubungan yang baik dengan media lain, termasuk dengan perusahaan konglomerasi media lain. *Tag line* Majalah Historia versi online maupun versi cetak dipengaruhi oleh petinggi konglomerasi media nasional, Kompas Gramedia. Kontributor Majalah Historia juga berasal dari berbagai profesi, mereka adalah orang yang suka menulis dan gemar menulis tulisan yang bertema sejarah.

9. Tiga hambatan dalam pengelolaan Majalah Historia baik versi online maupun versi cetak. Hambatan pertama terkait dengan redaksional dan hambatan kedua terkait dengan urusan bisnis ekonomi media. Solusi yang diaplikasikan oleh majalah historia untuk menyelesaikan hambatan redaksional adalah dengan bekerja sama dengan lembaga yang banyak menyimpan dokumen sejarah baik di dalam negeri maupun luar negeri, mencari saksi sejarah di dalam negeri atau diluar negeri dan menyebarkan kontributor hingga ke berbagai Negara termasuk Belanda dan Jepang. Hambatan bisnis ekonomi media dapat diatasi dengan tiga solusi yakni memasarkan iklan, menyusun dan menjual buku-buku sejarah dan bekerjasama dengan perguruan tinggi dalam bentuk talkshow.

10. Majalah Historia tengah membentuk konglomerasi kecil dengan mendirikan historia advertising. Tujuannya adalah memisahkan urusan bisnis dan redaksional agar artikel yang dihasilkan redaksi tetap independen dan jauh dari pengaruh kepentingan bisnis.

11. Strategi masa depan Majalah Historia

**SATU KICAUAN, SATU KISAH SEJARAH  
(STUDI PADA PENGALAMAN BER-TWITTER MAJALAH HISTORIA DALAM MENYEBARKAN  
INFORMASI SEJARAH)**

diantaranya adalah dengan membentuk forum diskusi sejarah dengan pembaca Historia melalui Blackberry Messenger Group dengan anggota 1000 pembaca, menggunakan Olepss sebagai media penyebar informasi sejarah yang dianggap praktis, membentuk konten sejarah dengan konsep jokes atau lelucon dengan hastag (#) Histerian pada

akun twitter @Majalahhistoria serta merintis dan mendirikan Historia TV yang program acara berfokus pada tema sejarah. Namun semua strategi itu masih terhambat oleh berbagai hambatan, termasuk hambatan dana atau materi sebagai modal utama sebuah industri media Majalah Historia.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Dipa, Ivan. 2013. *Twitter Is Money: 7 Ladang Uang di Twitter*. Jakarta: MediaKita.
- Severin, Werner.J dan James.W.Tankard. 2008. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan Di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.